



Digitale Strategie

CUPRA eröffnet virtuelle e-Garage am Cap Formentor

- **Einweihung eines virtuellen Showrooms für Kunden**
- **Mehr als 600 CUPRA Master wurden auf der Plattform bereits ausgebildet**
- **Schaffung einer Plattform für Live-Konzerte**
- **CUPRA wird Co-Produzent einer Fernsehserie**

Martorell/Cham, 6. November 2020 – CUPRA stellt eine Digitalisierungsstrategie vor, mit der die Markteinführung seiner neuen Modelle weiter vorangetrieben werden soll. Als Leuchtturmprojekt für diesen digitalen Aktionsplan hat die spanische Marke eine virtuelle Plattform namens „CUPRA eGarage am Cap Formentor“ entwickelt.

Bei dieser Online-Plattform handelt es sich um einen immersiven virtuellen Raum, in dem sich die Nutzer einen eigenen Avatar erstellen und mit anderen Personen über eine Sprach- und Chatfunktion kommunizieren können. Entwickelt wurde die virtuelle Plattform in Zusammenarbeit mit der Mediapro Group aus Barcelona und Visyon.

Eine Hommage an CUPRA

Diese digitale Welt enthält Nachbildungen von Orten überall auf der Welt, die speziell CUPRA gewidmet sind. Der virtuelle Standort ist die Insel, die als Inspiration für die Entstehung des Formentor diente. Nutzer können nicht nur die CUPRA Modelle, sondern auch Lifestyle-Kollektionen und verschiedenste Arten an Markeninhalten entdecken. Der Raum umfasst auch ein Auditorium, in dem Live Präsentationen abgehalten werden können.

„CUPRA ist eine moderne Marke, die im 21. Jahrhundert entstanden ist. Sie ist quasi ein ‚Digital Native‘ und nutzt moderne Technologien und Strategien, die Menschen und Emotionen in den Mittelpunkt stellen. Mit unseren neuen Modellen haben wir die Möglichkeit, eine breite Zielgruppe auf vielfältige Art zu erreichen“, sagte Antonino Labate, CUPRA Direktor für Strategie, Geschäftsentwicklung und Operations. **„Die CUPRA e-Garage am Cap Formentor ist der Startschuss zu unserer Reise hin zu mehr digitaler Experience. Ziel ist es, diese Plattform zu einem Treffpunkt für die ganze CUPRA Familie zu machen, daher werden ihre Pforten in Zukunft all unseren Kunden auf der ganzen Welt offen stehen.“**



Neue digitale Initiativen

Während der interaktiven Pressekonferenz, die auf der virtuellen Plattform abgehalten wurde, gab CUPRA einen Ausblick auf einige spannende Projekte, die zur digitalen Strategie der Marke gehören. Marketingchef Ignasi Prieto verkündete, dass CUPRA an der Entwicklung einer Übertragungsplattform für Live-Konzerte arbeite, bei der Musikliebhaber mit ihren Lieblingskünstlern interagieren und exklusiven Content erleben können. Zudem bereitet sich CUPRA als Co-Produzent einer Fernsehserie mit High-Performance-Fahrzeugen vor, die über eine OnDemand-Videoplattform abrufbar sein soll.

Prieto verkündete ausserdem, dass die Markenbotschafter Marc ter Stegen, Mattias Ekström und Fernando Belasteguín die Nächsten sein werden, die sich der virtuellen CUPRA Welt mit ihren eigenen Avataren anschliessen werden.

CUPRA Master Convention

Am 28. Oktober fand in der CUPRA e-Garage in Cape Formentor die erste CUPRA Master Convention statt. Mehr als 600 CUPRA Master aus 35 Ländern kamen virtuell zusammen, um eine Grundausbildung zum Fachverkäufer für die Marke zu absolvieren. Laut Khaled Soussi, bei CUPRA für die Entwicklung des Händlernetzes und Kundenerfahrung zuständig, griff die Marke bei der Bereitstellung einer interaktiven Lernerfahrung auf eine Kombination aus Technologie und Gamification zurück. Die CUPRA Master hatten so von zu Hause aus die Möglichkeit, von CUPRA Experten mehr über die Markenstrategie zu erfahren und ihr Wissen in einem Wettbewerb zu testen.

Nach der Eröffnung der ersten CUPRA Garage Europas in Hamburg arbeitet die Marke weiter am Aufbau eines exklusiven Händlernetzes mit flexiblen neuen Formaten, die über das herkömmliche Händlerkonzept hinausgehen. CUPRA möchte bis Ende des Jahres sein Netzwerk auf 520 CUPRA Experten weltweit erweitern und ist derzeit dabei, weitere CUPRA Master anzuwerben.

CUPRA ist eine Marke der SEAT S.A. und definiert sich über zeitgenössisches Design und die Performance ihrer elektrifizierten Modelle. Seit der Etablierung als eigenständige Marke verbucht CUPRA beeindruckende Erfolge: Mit fast 25'000 weltweit verkauften Fahrzeugen stiegen die Verkaufszahlen 2019 im Vergleich zum Vorjahr um rund 72 Prozent. Und auch 2020 startet CUPRA voll durch: Neben der Einweihung des neuen, 2'400 m² grossen Hauptsitzes – der „CUPRA Garage“ – in Barcelona plant CUPRA mit der Einführung des CUPRA Leon und des CUPRA Formentor eine neue Produktoffensive. Auch die Rennwagen-Schmiede „CUPRA Racing Factory“ ist Teil des neuen Stammsitzes. Dort wurde beispielsweise der CUPRA e-Racer, der erste vollelektrische Tourenwagen entwickelt. Zudem ist CUPRA exklusiver offizieller Mobilitätspartner des FC Barcelona geschlossen und ist nun dessen exklusiver offizieller Mobilitätspartner. Darüber hinaus pflegt CUPRA auch zu anderen Mitgliedern der sportlichen Elite enge Beziehungen, etwa dem deutschen Torwart Marc ter Stegen oder dem schwedischen Rennfahrer Mattias Ekström.



CUPRA Pressekontakt

Karin Huber
PR-Manager
AMAG Import AG
Alte Steinhauserstrasse 12 + 16
6360 Cham
Telefon: +41 56 463 98 08
E-mail: karin.huber@amag.ch
www.cupraofficial.ch
www.seatpress.ch

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

CUPRA